

## BORSA PROGETTI SOCIALI

# Reti informali di conoscenza

di Sara Annoni, Borsa Progetti Sociali

*Abbiamo incontrato Maria Sebregondi, vice president brand equity and communication di Moleskine, e Roberto Di Puma, vice president special editions and publishing, che ci hanno raccontato la loro esperienza, sempre work in progress, nell'intessere rapporti di partnership e creare progetti innovativi con istituzioni culturali, sociali e di valorizzazione della creatività; oltre a scoprire sempre nuove frontiere internazionali nella diffusione della cultura del carnet de voyage e della rappresentazione intima e personale di luoghi e storie.*

Iniziamo questo viaggio tra le righe di Moleskine, facendo quattro passi nella storia e nell'evoluzione di questo fenomeno imprenditoriale. Per chi non lo conoscesse il marchio Moleskine nasce nel 1997, dal piccolo editore milanese Modo&Modo, riscoprendo e rinnovando la tradizione dei mitici taccuini neri, utilizzati da alcuni dei più grandi artisti e scrittori del '900, da Vincent Van Gogh a Pablo Picasso, da Ernest Hemingway a Bruce Chatwin. In precedenza l'azienda sceglieva e commercializzava oggetti acquistati sul mercato, mentre dalla metà degli anni '90 diventa anche

produttrice. Nell'autunno 2006, Modo&Modo viene acquistata da SGCapital Europe, con l'obiettivo di sviluppare appieno le potenzialità della marca Moleskine. Con l'uscita dei vecchi proprietari l'azienda si concentra sui taccuini e all'inizio del 2007 Moleskine, da brand di prodotto, si trasforma in *corporate* aziendale. L'impresa quindi crea, produce e distribuisce il noto taccuino e le sue molteplici filiazioni. Maria Sebregondi, *vice president brand equity and communication*, individua il filone legato al viaggio e alla cultura del viaggio come filo rosso della produzione e del *surplus* valoriale del prodotto-taccuino. «L'obiettivo era quello di creare dei prodotti culturali che accompagnassero gli appassionati a cavallo del millennio, mantenendo il loro valore, senza perdere di senso. Proporre il taccuino come oggetto culturale e leggendario, scrigno di esperienze da tramandare e pagine bianche per dare libero sfogo alla creatività in qualsiasi forma. Veicolare questi valori, in chiave di forte contemporaneità, rappresentava una sfida, soprattutto nell'epoca dell'"ebbrezza visiva", suggerendo e inventando nuovi percorsi della scrittura.

Negli ultimi anni, avvalorata dai nuovi mezzi di comunicazione, lo sviluppo dei *social network*, il linguaggio degli sms, la scrittura ha vissuto una rinascita, conquistando nuovi spazi e aprendo sentieri inaspettati. In questo contesto il taccuino Moleskine diventa una sorta di *blog* analogico/cartaceo di raccolta

## BORSA PROGETTI SOCIALI

immediata di sensazioni, avvenimenti, emozioni di vita personale, appunti veloci di lavoro, approfondite riflessioni.

Oggi Moleskine srl è una piccola azienda creativa in crescita. Conta circa 50 dipendenti e una vasta rete di partner e collaboratori. La sua sede principale è a Milano e la sua affiliata americana è Moleskine America, Inc. con sede a New York e costituita all'inizio del 2008. I taccuini Moleskine accompagnano i mestieri creativi e rappresentano un simbolo del nomadismo contemporaneo, strettamente connessi al mondo digitale attraverso una fitta rete di siti *web*, *blog*, gruppi *online* e archivi virtuali. Quello a cui si assiste è dunque un ulteriore interessante fenomeno: il carnet cartaceo, opera d'arte personale realizzata con le più svariate tecniche, viene digitalizzato e riversato in quell'illimitato palinsesto che è la rete, madre dei linguaggi che hanno permesso la riscoperta della scrittura e la registrazione delle esperienze personali come terreno comunicativo e relazionale forte. Artisti e appassionati di IT sono stati i primi, mixando creativamente vecchie e nuove tecnologie, a capire le potenzialità espressive del taccuino reso digitale e diffuso nelle modalità e sui canali più diversi: come libro sfogliabile, video, pretesto di approfondimento, diario, punto di contatto tra "biografi spontanei". Una *community* di artisti e persone comuni che semplicemente sentono la necessità di esprimersi, annotando e fermando sulla carta istanti, e confrontando punti di vista».

### Lettera27

I valori a cui Moleskine si ispira, consentono di sviluppare percorsi dei più vari, anche grazie al dialogo costante con il mondo del non profit, della cultura e delle istituzioni.

Il principale impegno di Moleskine è rivolto a lettera27, fondazione non profit che sostiene il

diritto all'istruzione e all'accesso ai saperi, in ogni parte del mondo e particolarmente nelle sue aree più svantaggiate, in un'ottica di scoperta e messa in discussione. Lettera27 ha avuto origine nel luglio 2006 dall'impegno e dai valori forti dell'imprenditore Francesco Franceschi, attuale presidente della fondazione. Lettera27 raccoglie fondi per sostenere, anche finanziariamente, progetti operativi dedicati alla formazione a tutti i livelli e alla creazione di spazi di ricerca, fondati sulle risorse e sulle forze presenti sul territorio protagonista di ciascuna iniziativa. Identificare progetti con queste caratteristiche è parte integrante della sua missione. Svolge inoltre attività di ricerca, documentazione, organizzazione e comunicazione delle informazioni e del dibattito legati alle esperienze e al lavoro per il diritto all'alfabetizzazione e all'accesso ai saperi. Intende così fornire strumenti di analisi e approfondimento utili alla creazione di un atteggiamento consapevole e attivo, in particolar modo nell'opinione pubblica e nelle istituzioni dei Paesi più ricchi.

Moleskine sostiene finanziariamente la fondazione principalmente attraverso Detour, un progetto speciale dedicato alla diffusione della cultura e valorizzazione della creatività, grazie all'organizzazione di un fitto calendario di mostre itineranti di taccuini d'autore, realizzati da artisti, scrittori, architetti, designer, musicisti di tutto il mondo. Già esposti a Londra, New York, Parigi, Berlino, appena inaugurata la tappa a Istanbul, e poi Tokyo e in altre città. Parallelamente, si sviluppano le iniziative myDetour, coinvolgendo giovani talenti ancora poco conosciuti. L'archivio dei taccuini Detour e myDetour, donati dagli autori alla fondazione, è permanentemente visibile on line e costituisce un patrimonio crescente e condiviso. Il suo viaggio per il mondo, attraverso le mostre itineranti di Moleskine, è una fonte continua di risorse per la Fondazione lette-

## BORSA PROGETTI SOCIALI

ra27, molto attiva nello sviluppo di progetti a dir poco innovativi, i più recenti dei quali sono: *Wikiafrica* e *Luoghi comuni*.

Iolanda Pensa, Scientific Director WikiAfrica: perchè lettera27? «L'alfabeto latino ha 26 lettere. La ventisettesima lettera è la lettera mancante, quella non ancora stata scritta, la lettera ibrida, lo spazio da riempire, il collegamento tra scrittura e oralità, la connessione con il futuro, l'intersezione tra analogico e digitale. Uno spazio ancora vuoto, uno spazio da scrivere, che ben si ricollega all'idea della pagina bianca che è il centro del lavoro della fondazione. Come uno spazio libero e bianco, conviviale e aperto, dove c'è ancora tanto da scrivere, è Wikiafrica. WikiAfrica, è un progetto promosso dalla Fondazione lettera27, in perfetta sintonia con la sua *mission*, in collaborazione con Wikimedia Italia e aperto alla partecipazione attiva di tutti gli enti, organizzazioni e singoli che ne condividono le finalità. Sostiene l'accesso ai saperi, la condivisione e conservazione delle conoscenze e soprattutto intende contribuire ad aumentare e migliorare le informazioni sull'Africa disponibili online. Grazie alla piattaforma Wikipedia, enciclopedia online, multilingue, a contenuto libero, redatta in modo collaborativo da volontari, con accesso gratuito da ogni parte del mondo. WikiAfrica considera Wikipedia e i progetti Wikimedia come un'agorà estesa e internazionale, capace di dare maggior voce e visibilità all'Africa. La *mission* di WikiAfrica è dunque "africanizzare" Wikipedia attraverso network, ricerche, pubblicazioni ed eventi, contribuendo ai progetti Wikimedia *online* e *offline* con narrazioni, immagini, saperi, video, opere d'arte, storie, parole meticce, modi di dire, voci e suoni. Al fine di realizzare al meglio il suo scopo, il programma di WikiAfrica è suddiviso in aree tematiche: arte, letteratura, cinema, Chimurenga Library (archivio delle riviste culturali e politiche del continen-

te africano), ... Su Wikipedia (<http://it.wikipedia.org/wiki/Progetto:WikiAfrica>) è possibile seguire l'evoluzione del progetto e i suoi risultati».

### Un'antologia di storie a più voci

Luoghi comuni/piccole storie migranti, è invece un'antologia di storie a più voci e a più mani, narrazioni autentiche e significative, di uomini e donne migranti di prima e seconda generazione, di diverse età e provenienti da 21 Paesi del mondo. Le interviste sono state raccolte a Milano, Torino e in altre città del Nord da un gruppo di psicologhe, ricercatrici e giornaliste. Scopo dell'iniziativa è proporre un modo di ri-pensare i "luoghi comuni": percorsi identitari, immaginari simbolici, lingue diverse, fuori dagli stereotipi e trasformando un momento distratto e affrettato in una possibilità di sorriso, di complicità con l'Altro. La prima tappa milanese di Luoghi Comuni è un punto di partenza: chi legge è invitato a inviare la propria storia. Queste nuove voci si uniranno al nucleo originario in un viaggio in altre città italiane (Roma, Torino, Padova, Verona, Bologna), su altri mezzi pubblici, in altri luoghi comuni. Le storie si arricchiranno della documentazione fotografica e video delle reazioni provocate dai manifesti, catturate e montate dalla sezione audiovisiva di Asinitas. Della "mostra" è stato prodotto un catalogo in formato Moleskine, scaricabile dal sito di lettera27.

### Co-marketing con altre aziende

Moleskine è da sempre promotrice di progetti di *co-marketing* con altre aziende, di alcuni dei principali festival territoriali, oltre a sostenere eventi e iniziative rivolte ai giovani creativi e ai talenti emergenti. Roberto Di Puma, *vice president special editions and publishing*,

## BORSA PROGETTI SOCIALI

ci ha fatto alcuni esempi dei più recenti: City Notebook a Venezia, percorsi di scoperta della città con i giovani artisti di tutto il mondo ospiti della Fondazione Bevilacqua La Masa; con il FAI, progetto "La mano dell'architetto" mirato alla raccolta fondi per il restauro di Villa Necchi a Milano. Ha visto la donazione di schizzi e disegni da parte dei più grandi architetti che Moleskine ha trasformato in una pubblicazione esclusiva. A seguire due mostre e un'asta benefica. Ormai rodata è invece la collaborazione con il Festivalletteratura di Mantova, il Festival delle Lettere di Milano (Associazione culturale 365 gradi) e il Premio Chatwin Italia.

### Progetti internazionali

A livello internazionale ricordiamo invece: Retrospective cinematografiche del Moma, evento a sostegno dei cineasti indipendenti protagonisti delle retrospective cinematografiche del Moma; Brooklyn Book Festival, che si focalizza sui migliori scrittori noti ed emergenti; Pen World Voices: supporto al Pen World Voices Festival of International Literature, costituito da programmi, sessioni di lettura, conversazioni e dibattiti per valorizzare nuovi scrittori e la letteratura internazionale; Parsons School: sostegno agli studenti d'arte e alla facoltà per mezzo di programmi artistici, mostre

e sessioni; School of Visual Arts: sostegno ai programmi studenteschi e di tesi attraverso la donazione di prodotti personalizzati e per mezzo di supporto promozionale; Webby Awards: promozione dei Webby Awards, che vede come protagonisti i migliori talenti emergenti del mondo digitale.

Insomma, una vera e propria fucina di relazioni e idee, al passo con i più contemporanei canali e strumenti digitali, volta al *networking* nazionale e internazionale, che mette in contatto competenze e realtà diverse che possono essere, insieme, un vero e proprio motore di sviluppo culturale. ■



### Borsa Progetti Sociali (BPS)

È un'iniziativa promossa da ALTIS - Alta Scuola Impresa e Società dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, in collaborazione con le Banche di Credito Cooperativo Lombarde e la Regione Lombardia.

Borsa Progetti Sociali

ALTIS

Università Cattolica del Sacro Cuore

Via S. Vittore, 18 - 20123 Milano

Tel. 02.48104458

Email: [borsaprogettisociali@unicatt.it](mailto:borsaprogettisociali@unicatt.it)

sito web: [www.borsaprogettisociali.it](http://www.borsaprogettisociali.it)